

Faire vivre la ressource sur les réseaux sociaux

Définition : médias sociaux, réseaux sociaux ?

Les médias sociaux constituent le web 2.0 : les internautes ne reçoivent plus seulement le contenu des pages web, ils interagissent et deviennent eux-mêmes producteurs de contenu. **Les médias sociaux regroupent ainsi l'ensemble des outils (blogs, forums, réseaux sociaux, wiki, etc.) qui permettent à l'internaute de réagir à une information, de créer lui-même de l'information, mais également de la rediffuser et de la partager facilement avec d'autres internautes.** Les réseaux sociaux sont un sous-ensemble des médias sociaux. Ils sont caractérisés par la mise en réseau de l'utilisateur avec d'autres individus inscrits sur la plateforme (amis, contacts...)

Les médias sociaux les plus utilisés en bibliothèque sont Facebook et Twitter.

Voir aussi : « Panorama des médias sociaux 2016 », Frédéric Cavazza

<http://www.fredcavazza.net/2016/04/21/panorama-des-medias-sociaux-2016/>

Créer une page Facebook en bibliothèque

Vous trouverez des informations sur la démarche à effectuer auprès de la tutelle pour mettre en place une page Facebook, un argumentaire et un mode d'emploi en cliquant sur les liens suivants :

- « Créer une page Facebook : guide complet (pour les bibliothèques) », NetPublic : <http://www.netpublic.fr/2012/01/creer-une-page-facebook-guide-complet/>
- « Mise en place d'une page Facebook pour une bibliothèque », ENSSIB : <http://www.enssib.fr/content/mise-en-place-dune-page-facebook-pour-une-bibliotheque>
- « Une page Facebook en bibliothèque », Anne Gaëlle Gaudion : <http://www.slideshare.net/angiegaudion/une-page-facebook-en-bibliotheque?referrer=ssid%3D63341817%26action%3Dview%26exp%3Dweb>

Quelques principes d'utilisation pour une bonne visibilité :

Une bibliothèque est sur Facebook pour promouvoir ses services, mais aussi pour partager du contenu et créer des interactions avec son public. Il s'agit d'être visible, de susciter la curiosité, de créer une attente (teaser, comptes à rebours...) et d'encourager l'interaction (partages, commentaires, like).

- **Soigner la présentation institutionnelle** : avatar, image de couverture, description, adresse, contact, horaires d'ouverture...
- **Publier régulièrement** : 1 post par jour, voire plus, c'est l'idéal. Plus l'activité de la page est régulière, plus ses actualités seront visibles pour ses abonnés.
- **Alimenter en contenu varié** : les dernières acquisitions ; l'actualité culturelle (de la ville, de la bibliothèque, de la région, des services partenaires, du monde du livre, du cinéma, de la musique...) ; des retours / photos de la dernière animation ; les informations pratiques (changement d'horaire ou des modalités d'emprunts...) ; des images des « coulisses », des aperçus de travaux, ou de l'installation d'une exposition à venir ; des contenus accessibles

sur internet (ex : une nouvelle émission culturelle, l'article d'un journal, des vidéos didactiques et culturelles...) ; des coups de cœur, des sélections...

- **Poster des images, des vidéos, des liens** : ceux-ci sont plus attractifs et sont mieux mis en avant dans les actualités des abonnés.

Voir aussi : « Bibliothécaires, que tweeter à vos usagers ? » <http://www.lindafall.com/que-tweeter-idees/234/>

Faire vivre 1D touch (et les ressources numériques en général) sur les réseaux sociaux

- **Annoncer la ressource** quand celle-ci est lancée, proposer un lien d'accès et expliquer comment s'inscrire.



Exemple sur le compte twitter de la Médiathèque de Dinard et la page Facebook de la Médiathèque de Cesson-Sévigné

- **Partager régulièrement ce qui se passe autour de la ressource** : animation, nouvelle playlist / sélection / capsule, derniers coups de cœur (avec une image de l'album ou de la capsule ; un lien pour réserver le CD ou pour accéder à 1D Touch).
- **Faire régulièrement des piqures de rappel** sur l'existence de la ressource.
- **Poster une image**, car c'est plus attractif (une pochette, une photo de l'artiste, une image reflétant le contenu de la sélection), même une **vidéo**. Proposer **un lien** (pour un accès le plus direct possible : vers le site web ou le blog de la bibliothèque qui peut relayer les sélections, coups de cœur, capsules ; vers la plateforme...)
- **Partager ce qui se passe sur d'autres lieux / pages / bibliothèques / établissements culturels du territoire** : cela alimente une veille sur l'actualité culturelle dans un territoire proche de son établissement, et permet de partager les bonnes idées et de les réutiliser. De

manière générale, cela accentue votre visibilité et celle de la vie culturelle dans votre territoire proche.

- **Montrer la borne en activité.**

The image shows a Facebook post from the page 'L'Autre Lieu - Médiathèque de Le Rheu'. The post text reads: 'Elle est toute belle et elle vient d'être installée pour quelques semaines : la borne 1D Touch !!! Venez découvrir ce service de musique numérique et écouter les sélections musicales de l'équipe !'. Below the text is a photograph of a woman sitting in a blue armchair, interacting with a white kiosk labeled '1D touch'. A green armchair is also visible. The Facebook interface includes a search bar at the top right, a navigation menu on the left, and engagement statistics on the right: 559 likes and 33 visits. The page also lists the address (8 rue du Docteur Wagner, 35650 Le Rheu), phone number (02 23 42 39 60), and website (http://lautreliu.fr/).

Post Facebook à propos de l'installation de la borne à L'Autre Lieu (Le Rheu)

Astuces :

- Les publications sur Facebook peuvent être **programmées à l'avance**. Il est donc possible de planifier les posts sur plusieurs jours afin de conserver une forme de régularité et de proposer des contenus variés.
- Différents modules peuvent aussi être utilisés pour attirer du public : **événements ou groupes Facebook**.
- L'utilisation judicieuse des **#hashtag** rendra vos publications plus visibles et suscitera des retweets et des partages.